

*Российские страховщики ожидают в 2011 году роста рынка на 6–10% в условиях сохраняющейся низкой рентабельности бизнеса. Такие данные приводятся в исследовании аудиторской компании «КПМГ» по результатам опроса представителей компаний страхового сектора.*

⋮

При этом не стоит ожидать громких сделок M&A на российском рынке. Отвечая на вопрос об активности на рынке слияний и поглощений, более 70% компаний заявили, что не планируют вести никаких действий в этом направлении в 2011 году. Что касается сделок со стороны зарубежных компаний, то можно отметить, что иностранные инвесторы провели переоценку рисков российского рынка и настороженно относятся к выходу на него вследствие еще пока сохраняющейся волатильности экономики, говорят авторы исследования.

Российские компании из числа десятки крупнейших видят свои перспективы по наращиванию бизнеса более радужно, нежели их коллеги. «В сегменте «топ-10» две трети респондентов ожидают роста сборов премий более чем на 10%, а 83% опрошенных прогнозируют даже более высокие темпы роста крупнейших компаний», – отмечается в материалах КПМГ.

Среди факторов, которые окажут значительное влияние на рост страхового рынка, респонденты выделили увеличение объемов банковского кредитования (89% указали на значительное влияние данного аспекта) и введение новых обязательных видов страхования (83%). В то же время рентабельность по-прежнему остается низкой, и большинство руководителей не ожидают ее существенного изменения в ближайшее время. Более 80% компаний отметили, что наибольшее влияние на снижение рентабельности оказывают демпинг, высокие расходы на ведение дела и аквизиционные затраты.

Одним из рисков на российском рынке является высокий коэффициент убыточности, особенно в автостраховании. Большинство опрошенных предсказывают, что в 2011 году комбинированный коэффициент убыточности превысит 100% для автострахования и будет находиться на уровне 90% для остальных сегментов. Руководитель группы по

работе с компаниями страхового сектора КПМГ в России и СНГ Эдриан Квинтон прогнозирует, что «рентабельность по-прежнему будет оставаться низкой, по крайней мере до конца текущего года». «Это происходит по причине того, что значительное снижение ставок в кризисные годы наряду с потенциальной нехваткой резервов, скорее всего, сведут на нет все положительные эффекты от текущего восстановления крупнейших компаний. Во-вторых, требуются дополнительные инвестиции для усовершенствования систем с целью обеспечения стабильно растущего спроса на качество и эффективность бизнеса. Кроме того, есть шансы, что возникнет новый виток ценовой конкуренции среди крупнейших компаний», – отметил он.

Компании планируют снижение издержек на внешних агентов, развитие собственной сети продаж и возлагают надежды на банковский канал. Более 80% респондентов планируют активно использовать банковский канал продаж и почти столько же полагаются на прямые продажи. Почти все респонденты согласились с тем, что банковское страхование будет играть значительную роль в росте страхового рынка.

Э.Квинтон считает, что страховщики продолжат снижать зависимость от внешних посредников, особенно в сегменте массового страхования. «Значительным потенциалом обладает банковское страхование, для компаний, не являющихся лидерами, это одна из главных возможностей удержаться на рынке и создать успешную бизнес-модель. В перспективе среди компаний, вероятно, развернется борьба именно за данный сегмент. Не исключено, что этот этап будет длиться 3–4 года, после чего может начаться реальное объединение банковских и страховых услуг», – сказал он.

Компании планируют оптимизацию внутренних процессов и ИТ-систем, а также повышение квалификации сотрудников. Большинство руководителей собираются активно внедрять или модернизировать ИТ-технологии. Кроме того, основные области, в которых компании планируют провести оптимизацию – это операционные (83%) и аквизиционные расходы (67%). В 2011 году более 70% респондентов намереваются провести централизацию некоторых процессов, а 60% – оптимизацию процесса закупок. Для 78% высокий приоритет будет иметь управление развитием сотрудников. Также почти все руководители планируют сфокусироваться на развитии отношений с клиентами.

**Источник: Финмаркет, 18.07.11**